



CHARTRE DES SITES DIFFUSANT DES CODES PROMOTIONNELS

[Mise à jour au 01 Janvier 2021]

Préambule

La présente charte des sites diffusant des codes promotionnels (« la Charte ») constitue un code de bonnes pratiques relatives au fonctionnement des éditeurs de sites internet ayant pour modèle économique principal la diffusion de codes promotionnels.

Elle a été conçue et rédigée par les membres du Collectif Pour les Acteurs du Marketing Digital (ci-après le « CPA ») et par les membres du Collège « retail » du CPA.

Cette charte a pour but de préserver la qualité du service proposé par les sociétés membres du CPA, d'éviter les dérives pouvant nuire à l'image des sociétés membres du CPA ainsi qu'à celle des annonceurs clients desdites sociétés.

Le CPA se réserve le droit de modifier, réviser ou compléter la Charte afin d'en adapter les articles selon l'apparition de nouvelles pratiques et/ou l'évolution de la réglementation ou encore afin d'en renforcer son efficacité.

Le process d'adoption de toute nouvelle version de cette Charte comportera des réunions d'information à destination des membres du Collège « retail » du CPA, et une information préalable de ses signataires. Ces derniers sont invités à prendre part aux discussions d'évolution à apporter au texte. Tout nouvel acteur peut devenir adhérent du CPA en formulant la demande directement sur notre site : <https://www.cpa-france.org/adhesion/>

En signant la présente Charte, la société reconnaît avoir lu et approuvé l'ensemble de ses dispositions.

Plateformes d'affiliation Signataires :

Société Signataire :

Awin, CJ, Kwanko, Effinity, Rakuten, TimeOne,

Tradetracker, Tradedoubler

Signature, date, tampon société

Signature, date :

François Deltour, Président du CPA

Acteurs du Marketing Digital
1 rue Taitbout
75009 Paris

SIRET : 529 128 068 00010



1. Définitions

Dans le cadre de la présente charte on entend par :

Annonceurs : Société agissant directement ou par le biais d'intermédiaires (agences et/ou plateformes d'affiliation par exemple), qui souhaitent faire diffuser des codes de réduction par les Editeurs.

Charte : Désigne la présente charte

CPA : Collectif Pour les Acteurs du Marketing Digital, association loi de 1901 immatriculée sous le n° siret 529 128 068 00010.

Code(s) : désigne des codes de réduction applicables sur les sites des Annonceurs.

Commission paritaire : commission responsable du suivi des engagements pris par les Editeurs aux termes de la présente Charte. Cette commission est composée de deux représentants Editeurs (et un suppléant), de deux représentants des Plateformes (et un suppléant), et si nécessaire de deux représentants des Annonceurs (et un suppléant), tous ayant la qualité d'adhérent du CPA et du représentant permanent. Elle est élue annuellement par les membres du Collège Retail du CPA. Elle se réunit chaque mois afin d'étudier les dossiers de non-conformité à la présente Charte.

Editeurs : Editeurs de sites internet ayant pour modèle économique principal la diffusion de codes promotionnels.

Offre : contenu du code proposant une réduction offerte.

Plateformes : Professionnels qui assurent un rôle d'intermédiation, en agrégeant des offres d'Annonceurs d'un côté, et un réseau d'Editeurs de l'autre. La Plateforme opère comme tiers de confiance, en mesurant les flux d'activité, et les actions à rémunérer entre l'Annonceur et les Editeurs.

Featured Snippets : Un featured snippet est un mode de présentation de résultat utilisé par Google et qui consiste à présenter dans un cadre spécifique une partie ou la totalité de la réponse correspondant à la requête de l'internaute au-delà des résultats organiques traditionnels. Lorsqu'un site figure en featured snippet on parle généralement de rang ou de position zéro.

CRM : La gestion de la relation client (GRC), ou gestion des relations avec les clients, en anglais customer relationship management (CRM), est l'ensemble des outils et techniques destinés à capter, traiter, analyser les informations relatives aux clients et aux prospects, dans le but de les fidéliser en leur offrant ou proposant des services.



2. Objet

Dans le cadre de leur activité d'affiliation, les Plateformes membres du CPA permettent aux Annonceurs et/ou à leurs intermédiaires de diffuser du contenu publicitaire via notamment la diffusion de Codes. Ces Codes sont destinés à être diffusés par les Editeurs.

La présente Charte a pour objet d'encadrer les activités des Editeurs afin qu'ils :

- Diffusent une information claire et pertinente
- Assurent un trafic de qualité aux Annonceurs
- Garantissent une expérience utilisateur optimale (sur desktop et mobile)

Plus précisément, elle a pour objet de spécifier les droits et obligations des Editeurs quant à la diffusion de Codes.

L'ensemble des Editeurs s'engage à respecter la présente Charte, selon les obligations qui leur incombent, dans toutes les campagnes de marketing direct et de prospection commerciale à destination de prospects et clients

Seuls les Editeurs signataires de la présente Charte pourront mettre en avant sur tous leurs supports le logo « Signataire de la Charte bons de réduction du CPA » comme un faire-valoir de la qualité de leurs prestations. Le logo sera disponible sur demande.

Les Plateformes membres du CPA s'engagent à veiller à ce que les Editeurs avec lesquels ils travaillent se conforment à la présente Charte.

L'adhésion à la présente Charte est un préalable à une certification éventuelle du signataire.

3. Codes

3.1. Politique de diffusion des Codes relative au respect de l'utilisateur

Pour une meilleure compréhension et utilisation des Codes par les utilisateurs :

3.1.1 Pour une information de qualité

Les Editeurs s'engagent à ne pas diffuser les Codes de façon trompeuse.

Ils déclarent être familiers avec la réglementation sur les pratiques commerciales trompeuses définies aux articles L.121-1 et suivants du Code de la consommation et s'engagent à s'y conformer.

Plus précisément ils s'engagent à :

- Clairement mentionner la date d'expiration du Code (à condition qu'elle soit communiquée par l'Annonceur ;



- Ne pas mentionner les termes « réduction », « rabais », « remise » ou tout autre terme ou symbole (tel qu'un prix barré) de sens équivalent si le Code n'offre aucune baisse de prix ;
- Rendre la nature de l'avantage conféré par le Code facilement identifiable visuellement ;
- Clairement indiquer le type d'offre à laquelle le Code permet d'accéder. Il est obligatoire de différencier un code promotionnel (l'Editeur fournit une suite de caractères que l'utilisateur devra copier-coller dans la case prévue à cet effet sur le site de l'Annonceur) d'un bon plan (pas besoin de suite de caractères pour bénéficier de la réduction ou de l'offre).
- Indiquer le champ d'application du Code dans le titre ;
- Dans la limite des informations fournies par l'Annonceur, indiquer de façon explicite, complète et accessible les conditions d'utilisation du Code (ex : minimum d'achat requis, restriction d'application ...) soit dans le titre du Code soit dans une case prévue à cet effet ;
- Si l'internaute doit cliquer sur un bouton pour accéder au détail du Code, cela ne doit pas déclencher l'ouverture automatique du site de l'Annonceur ;
- Ne pas publier plusieurs fois un même Code avec un wording, un titre et des conditions d'application identiques ;
- Renvoyer l'internaute vers le site de l'Annonceur. Si le Code s'applique à une catégorie de produits en particulier, l'Editeur maximise la qualité de la redirection vers la page la plus appropriée du site de l'Annonceur ;
- Ne pas publier des Codes expirés ;
- Diffuser un contenu original et ne pas utiliser toutes techniques de duplication automatisée de contenu à l'identique ;
- Ne pas diffuser des codes promotionnels factices.

3.2. Politique de diffusion des Codes relative au respect de l'Annonceur

Pour un respect de la politique de diffusion des Codes de l'Annonceur et plus de transparence :

3.2.1 Référencement

Les méta-titres et descriptions dans les résultats de recherche organique, basés sur le code source du site de l'Editeur doivent être actualisées, explicites et ne doivent pas induire les utilisateurs en erreur. Elles doivent correspondre au contenu non expiré de la page marchand en question. Cela concerne également les informations contenues dans les tableaux HTML pour les Featured Snippets (position zéro sur Google).

Les Editeurs s'engagent à respecter les conditions des programmes des Annonceurs.



3.2.2 Codes CRM

Les Editeurs s'engagent à ne pas diffuser sur leur site des codes ou offres non autorisées par l'Annonceur.

3.2.3 Tracking

Les Editeurs doivent avoir une méthodologie de tracking répondant aux attentes des Annonceurs et conforme à l'offre affichée sur leur site. Par exemple, les liens de tracking pour les offres en cashback ne sauraient être utilisés sur des offres de coupon de réduction.

Le déclenchement du tracking ne doit pas se faire avant que l'internaute ait cliqué sur "voir le code/l'offre" et que l'ouverture du site ne se déclenche.

Seuls les Codes communiqués par les Plateformes peuvent donner lieu à une rémunération.

Plus généralement les Editeurs s'engagent à respecter la réglementation applicable sur la protection des données à caractère personnel et les recommandations de la CNIL en particulier en matière de cookies et traceurs.

3.2.4 Intervenir dans des délais encadrés

Dans le respect des dispositions de l'article L121-2 et suivants du Code de la consommation, l'Editeur s'engage à intervenir dans les meilleurs délais pour :

- mettre à jour sur son / ses site(s), suivant la notification (directement ou par une Plateforme) d'un changement relatif à un Annonceur (à titre d'exemple : logo, descriptif...);

-mettre à jour les informations de son/ses site(s) suite à la notification qui lui en est faite par la Plateforme, de l'Annonceur directement ou l'un des signataires de la Charte, d'une erreur humaine sur la publication d'un Code ou son contenu ;

-supprimer de son/ses sit(e) les Codes expirés. Jusqu'à leur retrait les Codes expirés doivent être clairement séparés des Codes valables ainsi que clairement identifiées comme tels (grisés en bas de page).

4. Coopération

Les Editeurs s'engagent à se contacter en cas de rectification à faire sur leurs sites respectifs.

Les Codes exclusifs sont autorisés à la seule diffusion sur le(s) site(s) de l'Editeur bénéficiant de l'exclusivité et ne peuvent, de fait, en aucun cas être publiés sur le(s) site(s) d'un autre Editeur.

Les Editeurs s'engagent à partager un contact interne pour toute requête de ce type.



5. Contrôle

Les Editeurs consentent à ce que le CPA puisse faire surveiller le comportement des Editeurs signataires de la Charte pour s'assurer qu'ils respectent bien leurs engagements au titre de la Charte et puisse engager des mesures disciplinaires conformément à l'article 6 de la Charte.

Cette surveillance est susceptible de porter y compris sur les Editeurs suspendus conformément à l'article 6 de la présente Charte.

Une adresse email abuseBR@cpa-france.org a été créée afin de permettre aux signataires de la présente Charte de signaler un non-respect éventuel des dispositions de la présente Charte. Le signalement par un signataire ne doit pas être excessif, abusif ou déloyal.

6. Procédure d'alerte – Sanctions

6.1. Alerte sur les anomalies

En cas de manquement à la Charte constaté par le CPA, l'Editeur concerné reçoit un email d'alerte indiquant :

- La date de l'anomalie
- L'Annoncé concerné
- Le ou les Code(s) concerné(s)
- La page concernée
- Et toutes autres informations pertinentes relatives à l'anomalie relevée

6.2. Procédure – Sanctions

L'Editeur concerné est convoqué par email à la réunion de la commission paritaire qui doit statuer sur le dossier de non-conformité le concernant. Il a la possibilité de faire valoir ses observations orales devant la commission avant que cette dernière statue sur son dossier.

Si sur la base du contrôle ou du signalement et des observations de l'Editeur, la majorité simple des membres de la Commission Paritaire considère que l'Editeur n'a pas commis un manquement à l'un des engagements pris aux articles 3 et 4 de la présente Charte, la Commission Paritaire classera le dossier sans suites et en informera l'Editeur concerné par email.

Si sur la base du contrôle ou du signalement et des observations de l'Editeur, la majorité simple des membres de la Commission Paritaire considère que l'Editeur a commis un manquement à l'un des engagements pris aux articles 3 et 4 de la présente Charte, la Commission Paritaire prononcera une recommandation pouvant aller jusqu'à l'exclusion du signataire de la Charte.



6.3. Effets de la perte de la qualité de signataire

Lorsque l'Editeur perd sa qualité de signataire de la Charte, il lui est interdit de faire valoir sa qualité de signataire de la Charte et d'apposer le logo sur ses supports de communication.

Ladite perte de qualité ne donnera pas lieu au remboursement de tout ou partie des frais d'adhésion à la Charte.

6.4. Procédure de réintégration après perte de la qualité de signataire

Lorsqu'un Editeur a fait l'objet d'une perte de la qualité de signataire, si, à l'issue d'une période de 6 mois suivant la perte de la qualité de signataire, aucun dossier de non-conformité concernant l'Editeur n'est en cours, il peut à nouveau devenir signataire de la Charte en procédant à une nouvelle adhésion dans les conditions visées à l'article 7 ci-dessous.

7. Procédure d'adhésion

Tout Editeur/Plateforme peut demander son adhésion à la présente Charte.

7.1. Signature

Le CPA effectuera le recueil des signatures des Editeurs et des Plateformes sous forme manuscrite à la date de lancement de la Charte et opérera toute formalité administrative assurant son bon fonctionnement.

La Charte pourra être signée électroniquement postérieurement à sa date de lancement.

Trois étapes seront nécessaires à la signature de la Charte. La signature électronique se fait grâce à un accès personnel sécurisé :

- Etape 1 : l'Editeur renseignera les informations sur sa société ;
- Etape 2 : l'Editeur réglera les coûts de fonctionnement liés au suivi du respect des engagements pris ;
- Etape 3 : l'Editeur signera la Charte grâce à un dispositif de signature électronique.

L'Editeur recevra confirmation de la signature de la Charte par la réception d'un sms au numéro de téléphone portable qu'il aura renseigné lors de l'adhésion.

7.2. Cout

En contrepartie de son statut de signataire de la Charte, l'Editeur paie un tarif annuel de 800 euros pour chacun de ses sites qui diffusent des Codes s'il est membre du CPA.



Un Editeur non-membre du CPA peut devenir signataire de la présente Charte, en contrepartie de son statut de signataire de la Charte, l'Editeur paie un tarif annuel de 1 000 euros pour chacun de ses sites qui diffusent des Codes.

Pour toute diffusion de Codes sous forme de marque blanche, un tarif annuel dégressif s'applique :

- 1^{ère} Marque Blanche : 600 euros
- 2nd et Nème Marque Blanche : 400 euros

Le paiement de ce tarif est annuel (date à date).

Le paiement de ce tarif couvre les frais de fonctionnement liés au suivi du respect des engagements pris par chaque signataire.

Le prix de ce tarif pourra être révisé chaque année par le CPA.

7.3. Demandes d'adhésion

Les demandes d'adhésion à la présente Charte sont traitées dans les meilleurs délais par le CPA. Elles pourront être refusées si l'Editeur a déjà eu des pratiques non conformes aux bonnes pratiques définies dans la présente charte et qu'il ne justifie pas y avoir mis fin.

Dans ce cas, le CPA indiquera à l'Editeur demandant son adhésion les pratiques non conformes qu'il a pu avoir et l'Editeur devra justifier y avoir mis fin.

8. Loi applicable

La présente Charte est soumise à la loi Française.

Editeurs et sites ayant participé à la rédaction de cette charte :

- **RetailMeNot**

www.ma-reduc.com

www.codepromo.programme-tv.net

- **Afiliza**

<https://codepromo.leguipede.fr>

<https://codepromo.20minutes.fr>

<http://codespromo.lefigaro.fr>

- **Global Savings Group**

<https://codepromo.lexpress.fr>

<https://codepromo.lemonde.fr>

<https://codepromo.ouest-france.fr>

8

Collectif Pour les Acteurs du Marketing Digital

80 rue Taitbout

75009 Paris

SIRET : 529 128 068 00010



<https://www.cuponation.fr>
<https://codepromo.bfmtv.com/>

- **iGraal**

www.radins.com

<https://code-promo.01net.com/>

- **Groupon**

www.groupon.fr

www.vouchercloud.fr

Adresses emails équipes éditoriales :

RMN : sfmartins@rmn.com

iGraal : edito@radins.com

Afiliza : edito@afiliza.com

GSG : affiliate@cuponation.fr

Groupon : couponsfr@groupon.com / jiffrig@groupon.com